



パンチ工業株式会社

パンチ工業株式会社

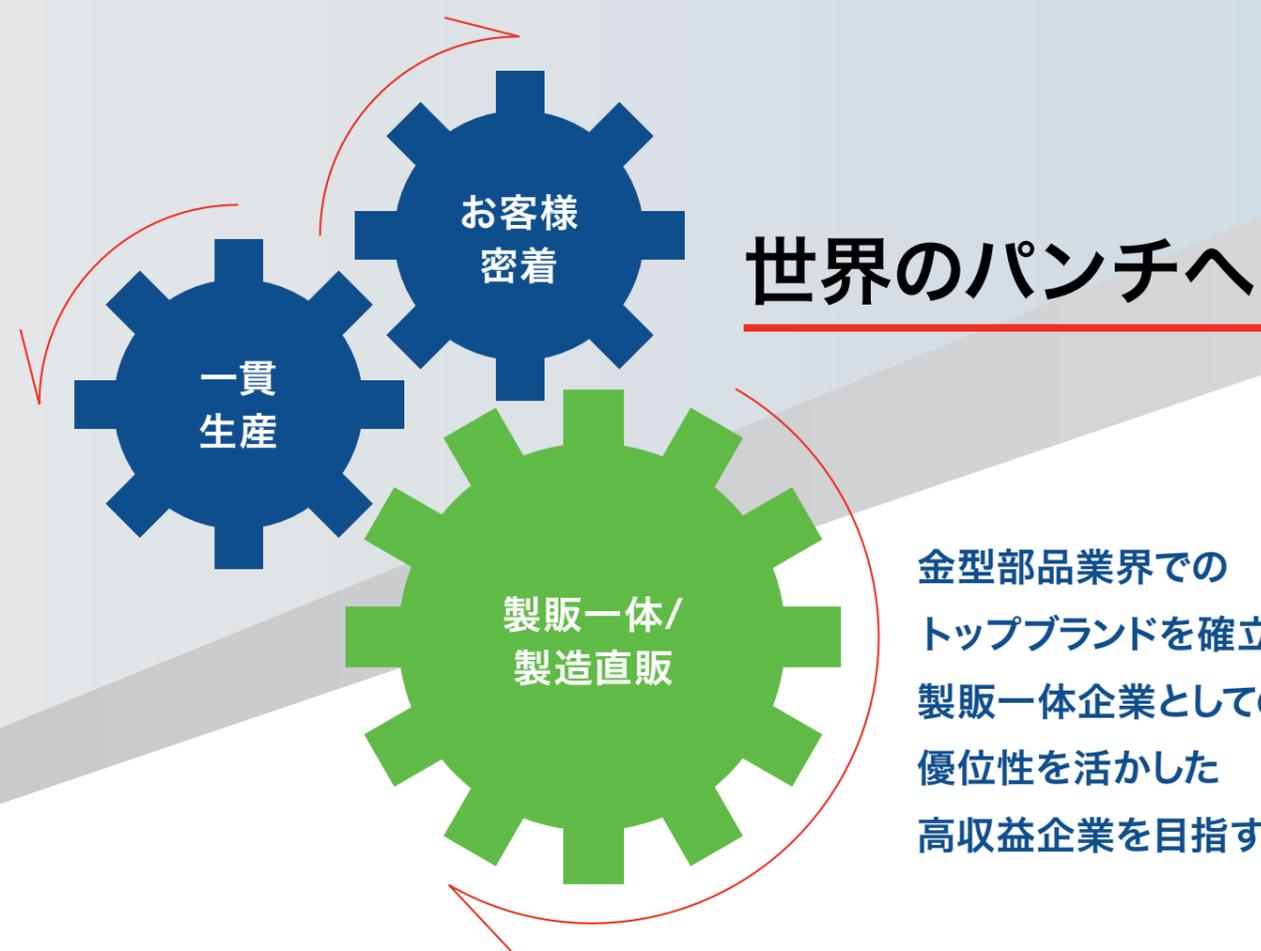
本社:〒108-0075
東京都港区港南二丁目12番23号
明産高浜ビル8F
TEL:03-3474-8007 FAX:03-3471-8100
<http://www.punch.co.jp/>



2015 ANNUAL REPORT



世界のものづくりを支える 存在感のある企業へ



金型部品業界での
トップブランドを確立し
製販一体企業としての
優位性を活かした
高収益企業を目指す

経営理念

私たちは常に、チャレンジ精神を持ち、お客様のニーズに応える先進技術の開発などをおして、お客様や社会に提案しつづけます。

私たちは常に、若い行動力とフレキシブルな発想を大切に、人々の夢が実現できる活力ある企業（職場）を創造します。

私たちは常に、環境への配慮や法令遵守の精神に則り、社会に愛される健全な企業活動を推進し、社会の発展に貢献します。

企業ビジョン

金型部品業界でのトップブランドを確立し
製販一体企業としての優位性を活かした高収益企業を目指す

CONTENTS

- 1 | 経営理念・企業ビジョン
- 3 | ごあいさつ
- 5 | パンチグループの事業
- 7 | パンチグループの歩み
- 9 | パンチグループの強み
- 11 | 業績ハイライト
- 13 | トップメッセージ
- 21 | 特集：パンチグループのグローバル化を
牽引するアジアマーケットのプレゼンス
- 27 | パンチグループのCSR
- 31 | コーポレート・ガバナンス
- 34 | 役員一覧
- 35 | 会社概要
- 36 | 当社・グループ会社
- 37 | 投資家情報

名誉会長
森久保 有司



代表取締役社長
武田 雅亮

1975年の創業以来、金型用部品を製造販売するメーカーとして一貫してものづくりにこだわり、事業を発展させてまいりました。「金型部品業界でのトップブランドを確立し、製販一体企業としての優位性を活かした高収益企業を目指す」という企業ビジョンの下、材料調達から出荷までの一気通貫の生産体制を築き上げ、着実に成長の歩みを進めております。

現在、企業を取巻く世界経済・社会環境は、あらゆる局面で大変早いスピードで変化しており、とりわけ新興国を中心とした世界経済の構造変化は、パンチグループの企業活動にも少なからず影響を与えております。

2013年よりスタートした3ヵ年の中期経営計画「バリュエーション15」では、「グローバル化」「新市場の開拓」及び「高収益事業モデルへの転換」の3点を重点経営課題と定め、「攻め(成長戦略)」と

「守り(体制整備・体質改善)」の両面から東南アジアやインド、欧米市場での販売拡大、日本及び中国の国内外での新規事業開拓活動の強化、そして製造工程の見直しによる製造原価の低減などにグループをあげて全力で取り組んでおります。そして、最終年度となる2016年3月期は、数値目標に掲げた連結営業利益20億円を確実に達成し、次代の成長の基盤を確立していくことを目指しております。

ものづくりに対する皆様のエールにしっかりと応えられるよう、次なる飛躍のステージに向け、パンチグループ一丸となって、全力で取り組んでまいります。

なお、創業以来、この事業成長の礎を築き、牽引してきた森久保有司が、このたび代表職を退任し、名誉会長としてパンチグループの発展を支えることになりましたことをここに報告申し上げます。

今後ともより一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

金型部品業界でのトップブランドを目指し、
「世界のパンチ」へ

全てのステークホルダーの皆様へ

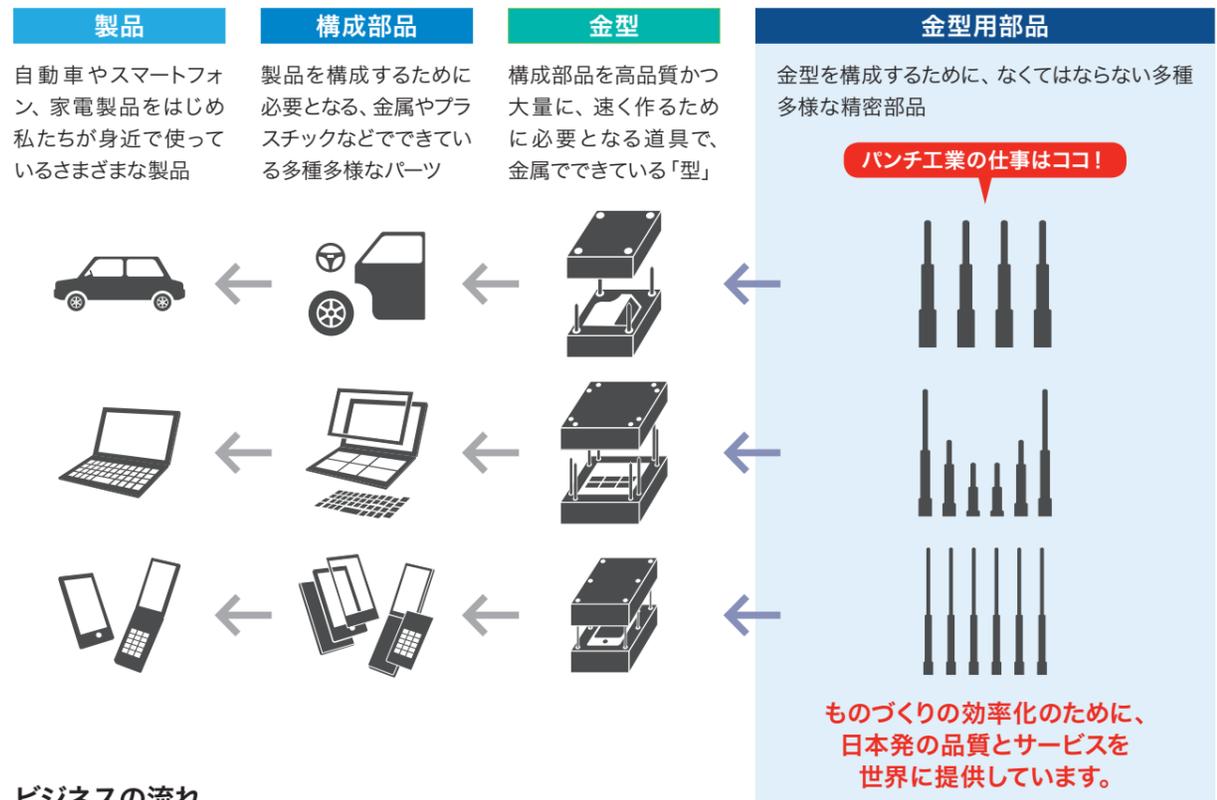
パンチグループの事業

Business Segments

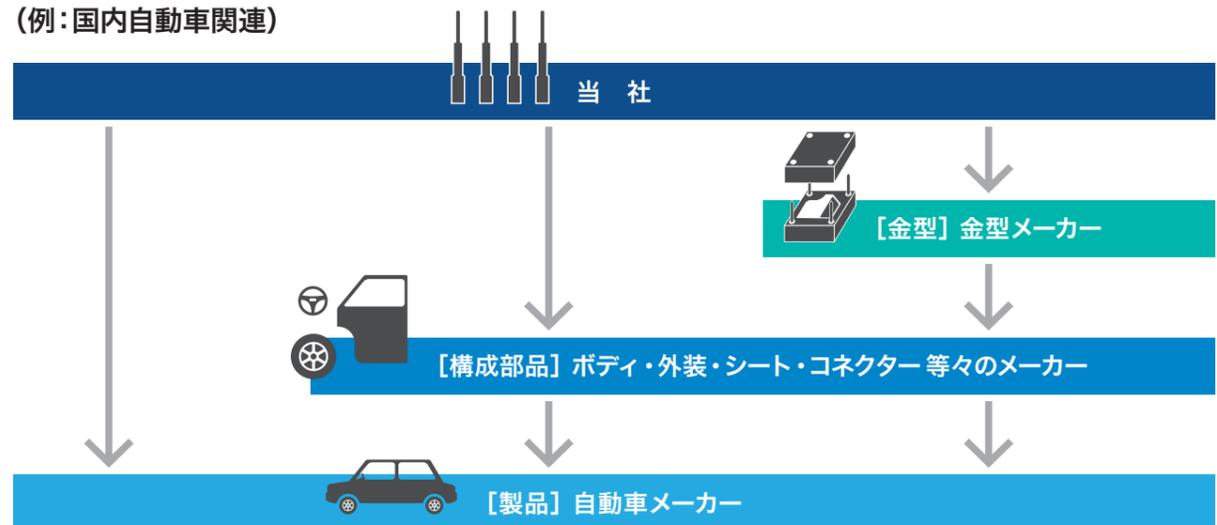
自動車、スマートフォンやタブレットなどの電子機器、冷蔵庫や洗濯機などの家電製品は、私たちの生活に欠かせないものであり、これら製品を製造する際に必要となるのが「金型」です。「金型」とは、製品を速く、均一に、大量に作るための金属でできた型のこと、製品を作るために必要不可欠な道具です。

パンチグループは、その「金型」を構成するために必要となる高品質の「金型用部品」を作っており、世界の製造メーカーのものづくりを支える上で、とても重宝されています。

そして、日本で築き上げた技術力と品質、高いサービスという強みを活かし、ものづくりだけでなく、皆様の豊かな生活を支える縁の下の力持ちとして、「金型用部品」を世界の現場に提供し続けています。



ビジネスの流れ
(例: 国内自動車関連)



当社の製品

プラスチック金型用部品



プラスチック金型は、スマートフォンやデジタルカメラの外装など、多くのプラスチック製品の製造に用いられています。加熱溶解したプラスチック樹脂を、射出成型機に実装された金型に注入し、冷却、固化することにより製品が作られています。パンチグループでは、この金型を構成する部品を製造・販売しています。

【主要な製品】 エジェクタピン

射出成型された成形品を金型そのものから離し、突き出すための部品(押し出しピン)です。

プレス金型用部品



プレス機(上下運動する機械)に金型を装着し、上下に分かれた金型の間に材料(金属の鋼板)を入れ、プレス機を稼働することにより、金型で型どられた製品ができ上がります。パンチグループでは、この金型を構成する部品を製造・販売しています。

【主要な製品】 パンチ

プレス金型に組込まれる代表的な部品で、金属板に穴をあけるための部品です。当社の社名はこのパンチに由来しています。

カタログ品



長さや太さなど詳細な仕様を標準化し、カタログに掲載しています。プラスチック金型用標準製品で約26,000品目[※]、プレス金型用標準製品で約24,000品目[※]と合わせて約50,000品目を品揃えしています。

[※]: 2012年国内版カタログ

特注品



当社の誇る技術力をベースに、一貫通貫の生産体制とお客さま密着型営業体制をフルに活用し、カタログ品以外のお客さまの仕様による特注品という、様々なサイズ、形状などにもきめ細かく対応しています。

パンチグループの歩み

History

パンチグループは、1975年に創業して以来、金型用部品を製造販売するメーカーとして一貫してものづくりにこだわり、日本の、そして海外でのものづくりを支えてきました。



2015年3月 おかげさまで創業40周年を迎えました (単位: 億円)

1982

プラスチック金型用ハイス(高速度工具鋼)エジェクタピンの量産化に成功

1983

岩手県北上市に北上工場を設置
金型用部品の全国販売を開始



1989

岩手県宮古市に宮古パンチ工業株式会社(現・宮古工場)を設立
プレス金型用部品に進出



2001

中国国内に販売拠点を設置

2002

中国国内で金型用部品の販売を開始

2003

- 中国遼寧省大連瓦房店市の工場を分離独立し、盤起工業(瓦房店)有限公司を設立
- 中国江蘇省無錫市に盤起工業(無錫)有限公司を設立

2004

中国広東省東莞市に盤起工業(東莞)有限公司を設立

2006

- 株式会社ピンテックをグループ会社化
- 中国遼寧省大連市に大連盤起多摩弹簧有限公司を設立(現・盤起弹簧(大連)有限公司)



海外売上

1975年度からの売上高推移

国内売上



1975 1980 創業～事業拡大

1990

2000 中国での事業基盤確立

2010

2015 株式上場・グローバル展開

1975

創業者森久保有司(現名誉会長)が、東京都品川区において神庭商会を設立、プリント基板用穴あけピン製造

1977

商号をパンチ工業株式会社に変更



1990

中国遼寧省大連市に盤起工業(大連)有限公司を設立

1991

プラスチック及びプレス金型用部品の総合カタログを発行



1995

中国遼寧省大連瓦房店市に工場を設置



2010

インド・チェンナイ市にPUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD. を設立

2011

- 兵庫県加西市に兵庫工場を設置
- インド国内で金型用部品の販売を開始

2012

- マレーシアPANTHER PRECISION TOOLS SDN. BHD. と資本・業務提携
- 東京証券取引所市場第二部へ上場

2013

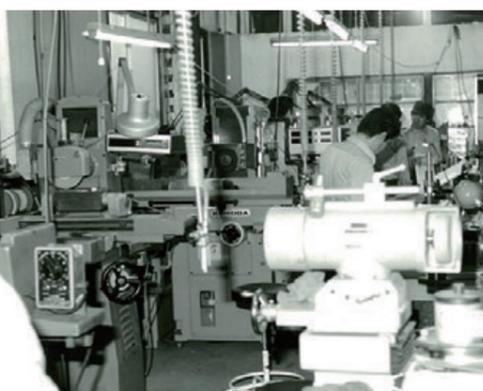
- 中国重慶市に生産・物流拠点として重慶工場を設置
- PANTHER PRECISION TOOLS SDN. BHD. をグループ会社化(現・PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD.)
- インドネシア・ジャカルタにPT. PUNCH INDUSTRY INDONESIAを設立

2014

東京証券取引所市場第一部銘柄に指定

2015

盤起工業(大連)有限公司においてAS9100認証を取得



パンチグループの強み

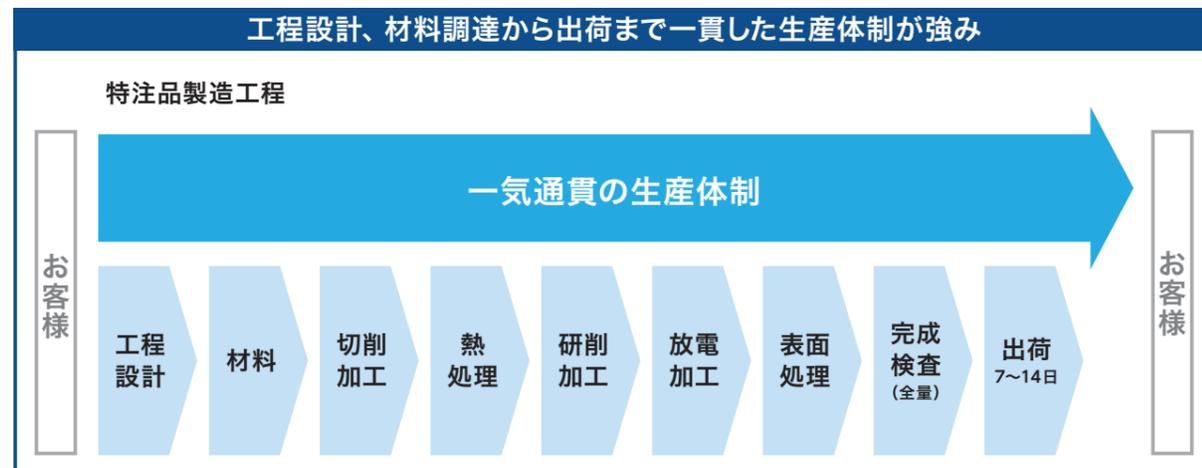
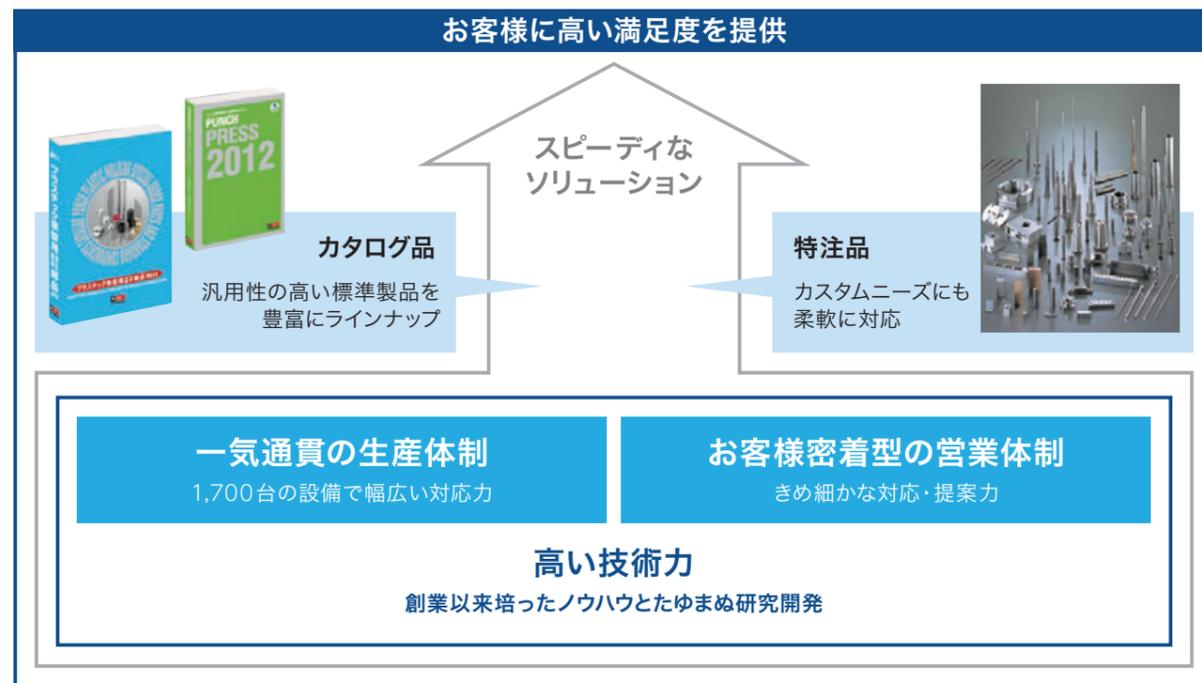
Business Strategy

パンチグループの基本スタイルは、自分で作って自分で売る、という「製販一体となった製造直販体制」です。これを支えているパンチグループの強みをご紹介します。

強み I

高度な技術力

1975年の創業以来40年にわたり蓄積してきたものづくりのスキルやノウハウだけでなく、研究開発本部をコアに日中連携でグループ技術力の強化にも取り組んでいます。これらの技術力をベースに、一気通貫の生産体制とお客様密着型の営業体制で、カタログ品と特注品をいずれも幅広く取扱い、お客様の多様なニーズにきめ細かく対応できることがパンチグループの最大の強みです。

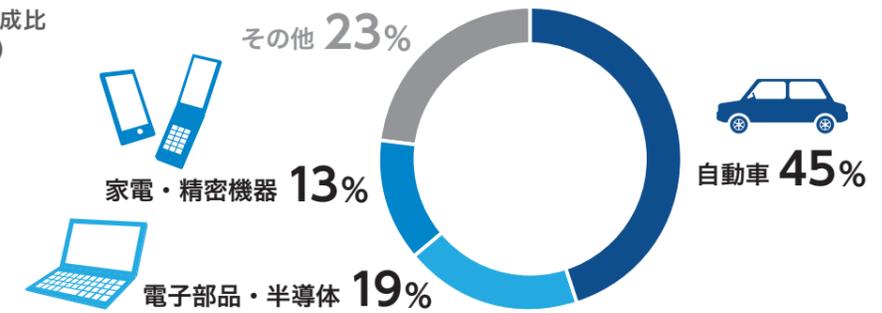


強み II

特定業種の景気変動を受けにくい 多様なポートフォリオ

パンチグループのお客様は国内では約6,000社、中国においては約8,000社にのぼりその業種は多種多様です。近年は、自動車関連、電気・電子関連の2大市場のほか、例えば食品・飲料関連、医療関連といった新分野の拡販・深耕にも力を入れています。

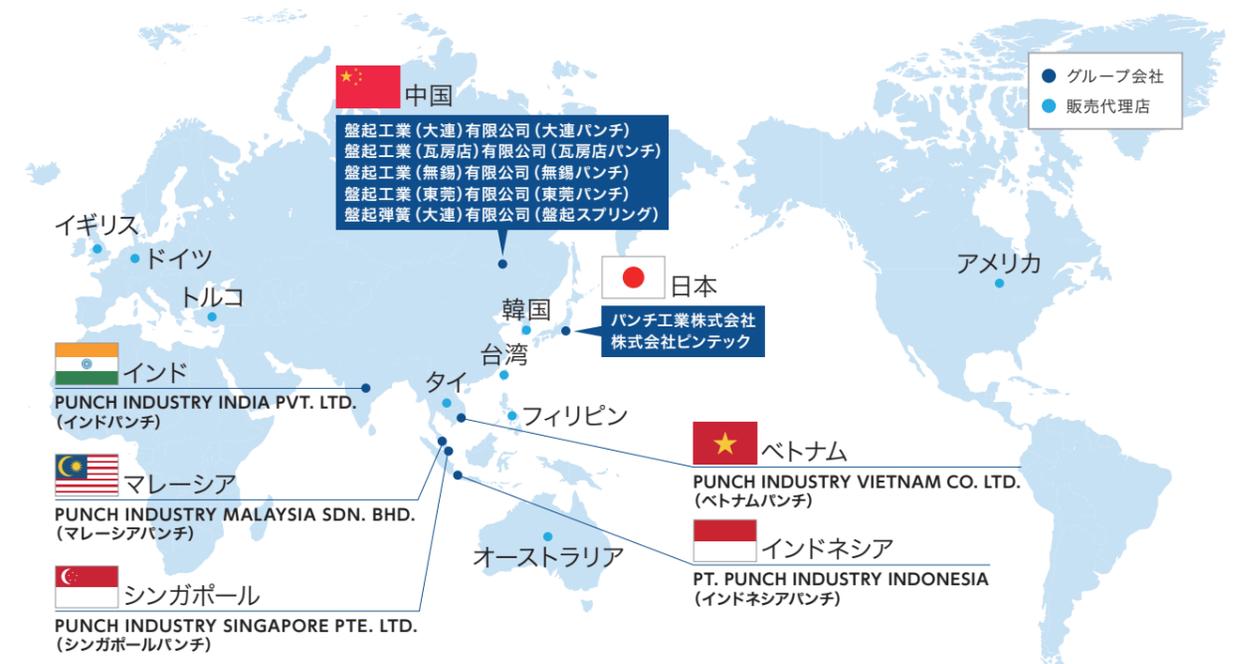
業種別売上高構成比
(2015年3月期)



強み III

グローバルに広がるネットワーク

日本、中国、東南アジア、インド、欧州、米州、これら全てを連結で捉え、「グローバル」視点で考えています。日本と中国が中心の事業から、東南アジア、インドへの積極展開、欧州、米州への販路拡大を進めています。



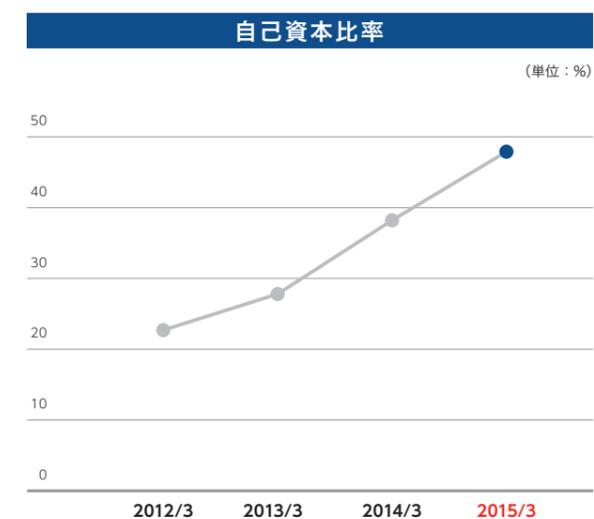
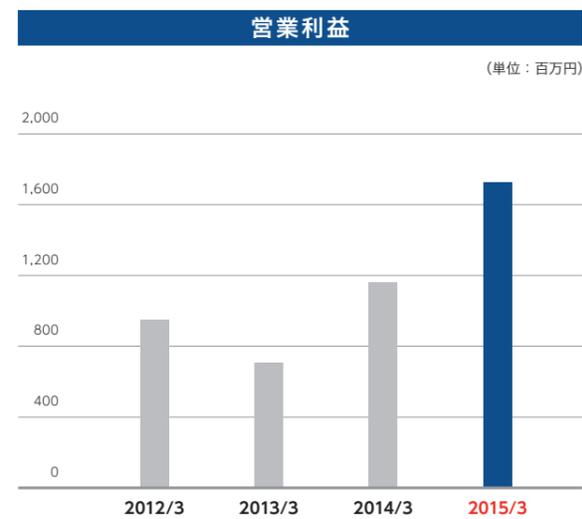
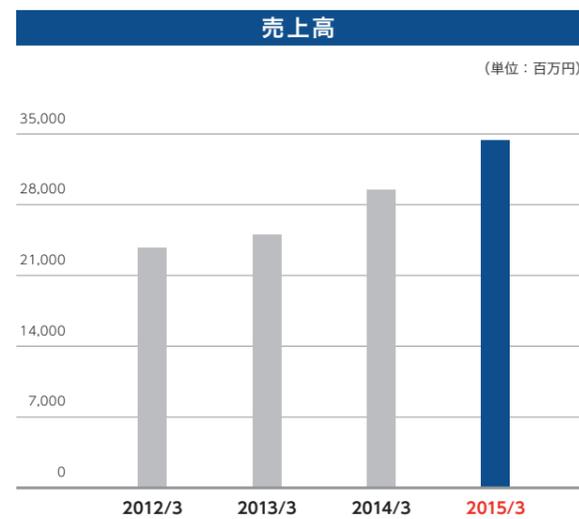
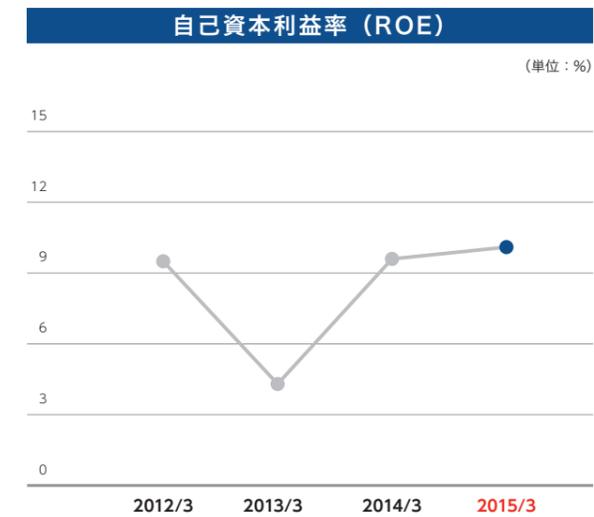
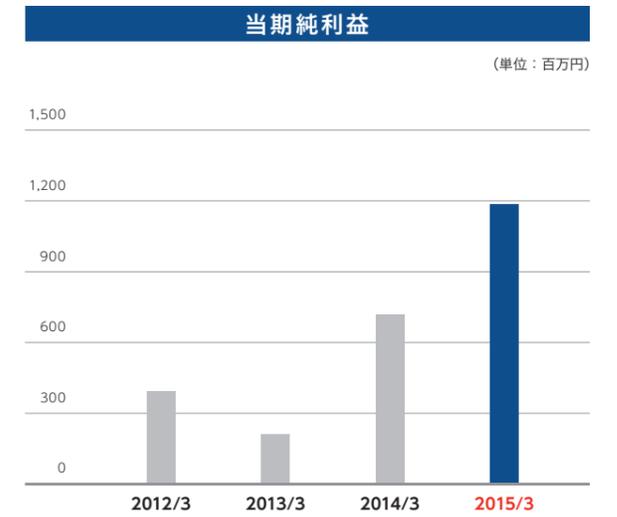
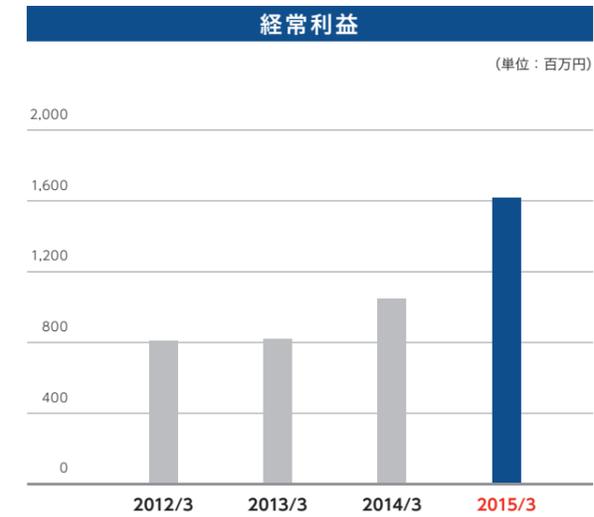
業績ハイライト

Financial Highlights

海外が大きく伸長したことに加え、国内が堅調に推移し、
大幅な増収増益となりました。

	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
売上高	23,801	25,041	29,436	34,392
営業利益	946	707	1,161	1,724
経常利益	805	822	1,047	1,617
当期純利益	394	213	720	1,188
1株当たり当期純利益(円)	67.36	34.30	99.58	130.91
総資産	18,895	20,573	24,471	29,623
純資産	4,296	5,726	9,362	14,205
1株当たり純資産(円)	734.40	800.87	1,043.83	1,283.75
自己資本利益率(ROE)(%)	9.5	4.3	9.6	10.1
自己資本比率(%)	22.7	27.8	38.2	47.9

※2013年3月期において1株につき10株の株式分割を行いました。2012年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益金額及び1株当たり純資産額を算定しています。





代表取締役社長 武田 雅亮

PUNCH INDUSTRY

金型用部品はものづくりの根幹を担う事業であり、パンチグループがこだわり抜いて提供している製品のの一つ一つが、間違いなく世界のものづくりを支えていると自負しています。世界における金型市場が右肩上がりです。伸長を続ける中、今後も金型用部品の製造・販売に軸足を据え、新分野・新市場への積極果敢な挑戦、グローバル展開の加速を通じて、世界で存在感を示す企業を目指していきます。

2015年3月期の総括と評価

2015年3月期における世界経済は、総じて緩やかな成長が続き、国内では設備投資が増加するなど回復基調を見せ、事業環境は、地域別・業種別ともに、堅調に推移したと捉えています。

国内事業は、旺盛な設備投資需要に伴い、産業機械が大幅に回復したほか、自動車、スマートフォンをはじめとするデジタル関連の電子部品や精密機器など、幅広い業種で堅調に推移しました。ここ数年来、自動車業界向けに営業活動を進めてきたことで、取引社数の増加に加え、1社あたりにおける納入製品のバリエーションが拡大し、2014年の国内自動車販売台数が4年ぶりにマイナス成長となった中でも好調を維持できたことは大きな成果であると認識しています。また、工場の稼働状況の改善や、日々の原価低減活動の成果に加え、近年、新市場開拓として注力している食品・飲料関連向け高付加価値製品群のボリュームが大きくなりはじめたことが利益を押し上げる要因の一つとなりました。

中国でも、自動車や電子部品・半導体といった業種が順調に拡大し、前年比2桁成長を果たしました。特に、戦略製品と位置づけている高付加価値製品群が軌道に乗りはじめ、利益に貢献するようになってきました。

さらに、2013年にグループ会社化したマレーシアパンチは、東南アジア域内のみならず、欧州向けをはじめとした輸出も好調に推移しています。同社の業績が通年寄与したことも海外売上高の増加に貢献しました。また、ベトナム市場に日系のお客が増えていることから、ホーチミンの販売会社に加え、ハノイにも営業拠点を新設しました。想定以上に好調に推移し、前年よりも大幅に事業規模を拡大しています。

総括としては、まだまだ課題を残しながらも、中期経営計画「バリュークリエーション15」で取組んできたことが、2年目に成果として確実に表れはじめ、創業40周年の節目の年度としては、次なる成長に向けていい流れを作ることができた一年となったのではないかと評価しています。

中期経営計画「バリュークリエーション15」 2年目の進捗状況と将来に向けた手応え

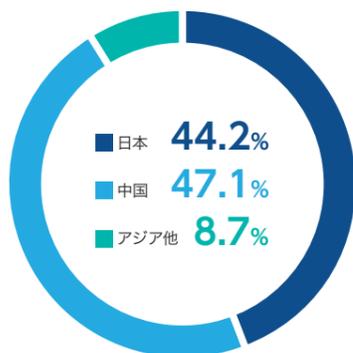
中期経営計画「バリュークリエーション15」では、「グローバル化」「新市場の開拓」「高収益事業モデルへの転換」の3つを対処すべき課題と定めています。「攻め(成長戦略)」と「守り(体制整備・体質改善)」の両面から課題解決に取組み、経営環境の変化に迅速に対応し、さらなる成長を目指すための事業基盤の整備に努めています。

1 グローバル化 お客様密着型の営業体制

1つ目のテーマ「グローバル化」では、従来の日本、中国が中心の事業から、東南アジア、インドでの積極展開、欧米への販路拡大を目指し、これに対応する体制の整備を進めています。

中期経営計画2年目は、新市場の開拓として、特に欧州向け自動車関連、電子部品関連が伸びてきたという手応えがあります。代理店契約による販路の拡大や、中国グループ、マレーシアパンチ各社の強みを活かした拡販により欧州売上高が拡大しました。

地域別売上高構成比(2015年3月期)



地域別: 中国

中国では、お客様の内陸部への進出に合わせた拡販活動が計画以上に順調に拡大しました。コア拠点である重慶の生産・物流拠点も2013年の操業から好調な稼働を続けており、次なる手立てを考えるべき時期に差しかかっています。

中国の経済成長は、鈍化していると言われる中、依然、年率7%前後の安定成長を続けています。全世界における金型市場7兆円のうち、中国は約2兆円を占めており(各国の金型工業会のデータを基に推計)、今後も同等程度の経済成長に比例して中国金型市場が伸長することが見込まれ、さらなるビジネスチャンスの拡大が期待されます。

また、従来の戦略製品領域におけるラインナップの拡充に加え、航空宇宙産業等の新分野への取組みにも着手しました。参入に必要な航空宇宙産業向け品質規格認証AS9100を2015年1月に取得し、すでに第一歩を踏み出しています。航空機産業は大規模・小ロット受注生産、極めて長いリードタイム、極めて高い安全性への要求、厳しい認証システムなど独特の商慣行が存在し、自動車以上に、参入

障壁が高い領域です。しかし、一度参入を果たせば、息の長いビジネスになる可能性が高い領域であり、航空機産業のような要求の高い市場に挑戦することにより他業種のお客様へのサービスをさらに強化することにもつながります。今後グローバル化の加速に伴い市場規模が拡大していくことが見込まれる航空宇宙産業においてパンチグループが有する技術を活かし、高付加価値を生み出す製品開発の方向性を探っていきます。

地域別: 東南アジア、インド

マレーシアパンチを中心に東南アジア域内における取扱い事業規模及び新規受注の拡大が進みました。連結業績に対する影響はまだそれほど大きくはありませんが、M&Aによりすでにあった東南アジアにおける販路、及び欧州へのルートを最大限に活用し、パンチグループ全体の業績拡大につなげていきたいと考えています。

また、2014年4月に営業を開始した合併会社のインドネシアパンチは、順調に軌道に乗ってきました。パンチグループ

中期経営計画「バリュークリエーション15」の戦略

中期経営計画「バリュークリエーション15」の総仕上げを行い、次のフェーズへ。

	日本	中国	東南アジア他
1 グローバル化	■ グローバルマネジメント体制を構築し、「攻め」と「守り」を統括		
	■ 欧米市場戦略		
2 新市場の開拓	■ 研究開発本部とマーケティング本部の連携により、新市場・新分野を開拓	■ 内陸部市場攻略	■ 東南アジアグループをコアに事業拡大 ■ インド事業拡大
		■ 戦略製品拡販	■ 超硬事業拡大
3 高収益事業モデルへの転換			



にとって初めての本格的ジョイントビジネスということもあり、既存代理店との調整やインドネシア法制への対応などで苦戦を強いられ、想定以上に時間を要しましたが、合併先のソマガデ社とのコミュニケーションも含めてスタートアップの基盤は整いつつあります。ベトナムにおいては2014年4月、ハノイに営業拠点を新設し、ホーチミンとハノイの両拠点で拡販活動を行いました。両拠点とも受注が好調に推移しており、今後はベトナムを東南アジアビジネスのコア拠点の1つとして、強化していきます。

また、市場がこれから大きく成長すると見込まれるインドについては、最適人員配置を進めながら、基盤整備に取り組んでおり、日本、中国からの輸入販売事業の基盤は着実に確立しつつある状況となっています。

地域別：欧米

欧米向けには、自動車関連を中心とした特注品ビジネスの確立を進め、2013年にフォードモーター社のオフィシャルサプライヤーに指定されました。また、2014年5月にドイツ、同年9月にはイギリスでカムユニット(自動車関連部品)の販売代理店契約を締結するなど、方向性としては順調に進んでいるという認識です。それ以外にも、マレーシアパンチの持

つ欧州販売ルートの拡大や、米国の既存のお客様との関係強化、さらなる市場開拓の取組みなどにも着手しています。

今後は、2015年4月に新設したマーケティング本部主導のもと、引き続きパンチグループの強みを活かし、ソリューション提案を通じて、確固たるポジションを築き上げていきたいと考えています。

体制面の整備

2013年11月に「グローバル事業本部」を設置したことで、日本、中国、東南アジア、インド、欧州、米州、これら全てを連結で捉え、「グローバル」視点で考える体制が整ってきたという感触があります。またマネジメント面では、M&Aによってグループ会社が4社増え、通貨も言語も多数ある中で、それらを統括して束ねていくグループ会社統括機能は緒に就いたばかりではありますが、グローバル経営の地づくりは確実に進捗したと捉えています。

2 新市場の開拓 高い技術力を活かし新分野・新市場の開拓

引き続き、ものづくり力を活かせる新分野での事業開拓に

注力するとともに、事業エリアの拡大による新市場の開拓を進めています。国内における食品・飲料関連、医療関連などで確実に実績ができていますが、今後はさらに、電子部品・半導体などにも力を入れるとともに、航空宇宙産業など特殊な分野、パンチグループにとって新たな分野へのチャレンジも進めていきます。

また、3Dメタルプリンター開発が急速に進み、造形方法の多様化、対応できる金属粉末の広がり、最終加工と同期化した複合機の出現などにおいて、目覚ましい技術発展を遂げています。パンチグループは、2010年より、金属光造形技術による製品開発を進めてきましたが、こうした市場の動きを勘案しながら、事業モデルの最適化等も含め、さらに一歩、踏み込んで考えていきます。

また、マレーシアパンチが得意とする、ニッチな事業領域である超硬金型部品の日本及び中国市場での販売拡大も検討しています。超硬金型部品はその名のとおり超硬で、消耗しにくいという点が特徴です。近年では、モーター用部品などの生産にも重宝されており、パンチグループならではの事業領域を見つけながら、ポジションを確立していきたいと考えています。

3 高収益事業モデルへの転換 一貫通貫の生産体制と高い技術力による 高付加価値製品の拡販

高付加価値製品の販売拡大に加え、収益体質改革も着実に進行しています。この3年間のバリュー・クリエーション活動(単体収益体質改革活動)を通じてコスト意識の浸透が進み、「どうしたらより良いものをより効率的に作れるか」といった会話・議論、工法・工程の改善に試行錯誤する姿が日常的に現場で散見されるようになり、マインド面での大きな変化を感じます。

また、研究開発のあり方も大きく変わってきています。2014年4月に研究開発本部を新設し、新鋭設備への投資を実施しました。新しい技術、新しい加工に挑戦して実用化させ、製造部門にリリースすることで次の受注につなげるという流れが回り出す下地が整いつつあります。さらに、研究開発における日中連携も進んでいます。文化や考え方が異なれば、ものづくりの発想も異なります。それを連携させることの

シナジー効果は大きく、連携の風土も醸成されつつあります。今後は設備投資・人的投資も含め、さらに積極的に取り組んでいきます。

2016年3月期に注力する 取組みについて

次なる成長のステージに向け、中期経営計画「バリュークリエーション15」の最終年度に注力するテーマは次の3点です。

1つ目は、マーケティング本部、研究開発本部の連携による新分野・新市場の開拓です。製販一体という当社の強みを一層強化するとともに、特に、今後の成長が期待される航空宇宙産業等の新分野への足場を築きたいと考えています。

2つ目は、マーケティング本部主導によるグループ各社が連携しての販路の拡充です。特に東南アジアでは、コア拠点の1つとなるベトナムでの拡販、インドネシアでのジョイントビジネスの体制強化を実施しながら、成長を続ける市場の中で確固たるポジションを確立していきたいと考えています。また、M&A及び合併会社新設により拡大した東南アジアを拠点とするグループ各社へ、創業40年の歩みの中で培ったパンチDNAを移植していきます。これらは企業としての信頼性、ものづくりレベル、マーケティングレベルを向上させるための取組みであり、パンチ流のグローバルオペレーションを確立することで、高収益経営基盤の確立を進めていきたいと考えています。さらに、堅調に推移している中国グループやマレーシアパンチからの欧米向け輸出拡大もグループ各社の強みを活かすとともに、代理店との連携も強化し、強力に推し進めていきます。

そして3つ目は、グローバル人材の確保・育成です。時間のかかるテーマではありますが、さまざまな仕掛けを作りながら、世界のパンチを担っていく社内人材の育成、人材採用の両面で着実に取り組んでいきます。

2016年3月期の業績の見通し

国内事業は、特に収益性を重視し、食品・飲料関連や医療関連、電子部品・半導体に注力し利益拡大に努めていき

ます。中国では、自動車やスマートフォンの生産増が見込まれる中、戦略製品や内陸部への取組みをさらに強化することで売上高2桁増を目指します。アジア他事業では、東南アジア地域及びインドでの拡販、欧米向け輸出拡大を通じて、確実に事業規模を拡大していきます。そして、連結売上高370億円、営業利益20億円を目指し、次期以降のさらなる飛躍を確実なものとする足固めとしていきます。

2016年3月期 業績予想

(単位:百万円)

	2015年3月期 (実績)	2016年3月期 (予想)	前年差	前年比
売上高	34,392	37,000	2,607	107.6%
営業利益	1,724	2,000	275	116.0%
営業利益率	5.0%	5.4%		
経常利益	1,617	1,900	282	117.5%
経常利益率	4.7%	5.1%		
当期純利益	1,188	1,300	111	109.4%
当期純利益率	3.5%	3.5%		
自己資本利益率(ROE)	10.1%	8.8%	△ 1.3ポイント	

配当金の推移

	年間配当金
2015年3月期(実績)	25円
2016年3月期(予想)	25円

ステークホルダーの皆様へのメッセージ

事業経営である以上、トップライン拡大へのこだわりは必要ですが、今後の当社の成長の鍵を握るポイントは、「高収益事業モデルへの転換」になると考えています。

パンチグループは、自動車やスマートフォンといった、直接目に見えるものを作っている会社ではありませんので、事業内容をご理解いただきにくいことは承知しています。しかしながら、パンチグループがこだわり抜いて作っている製品のひとつが、間違いなく世界のものづくりを支えており、このこだわりを貫いていくことこそが、企業としての社会的責任を果たす、CSR経営につながると考えています。また、個人株主・個人投資家の皆様との対話の中で、ものづくりに対するエールも大きく、非常に力強さを感じています。今後も会社説明会、決算説明会、IRイベントへの出展、Webサイトの充実などに積極的に取組み、全てのステークホルダーの皆様の声を聞き、その期待にしっかりと応える会社であり続けたいと考えています。

2015年4月より、コーポレート本部と財務本部を統合して管理本部とし、管理体制の一元化を図りました。コーポレート・ガバナンスの強化が国策に上げられる中、世の中の潮流に遅れをとらないガバナンス体制及びIR機能を強化しながら、積極的に対話の場を持ち、ステークホルダーの皆様との良好な関係構築を進めていきたいと考えています。

近年、コーポレートガバナンス・コードの策定によって自己資本利益率(ROE)が注目を浴びていますが、パンチグループは事業の評価基準として売上高営業利益率を、経営の評価基準として自己資本利益率(ROE)を、キャッシュ・フロー・マネジメントの観点からフリー・キャッシュ・フローを重視した事業経営を実践しています。

また、継続的企業価値向上の基盤は株主の皆様からの「信頼」と「応援」であり、そうした「期待」にお応えすることを経営の重要課題の一つと認識しています。今後も成長に必要な投資は積極的に実施しながら、安定的な配当を継続していくことを基本方針とし、業績連動という考え方から連結配当性向20%以上を目標に実施していきたいと考えています。

今後も皆様のご期待にお応えすべくパンチグループ一丸となって全力で取組んでまいりますので、引き続き、皆様の温かいご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



パンチグループのグローバル化を牽引するアジアマーケットのプレゼンス

パンチグループは、事業を展開する舞台を従来の日本・中国から、東南アジア・インドへと、着実に拡大させています。各地域の市場環境とパンチグループの取組みについて、ご説明します。

取締役
真田 保弘



© 富貴塚悠太

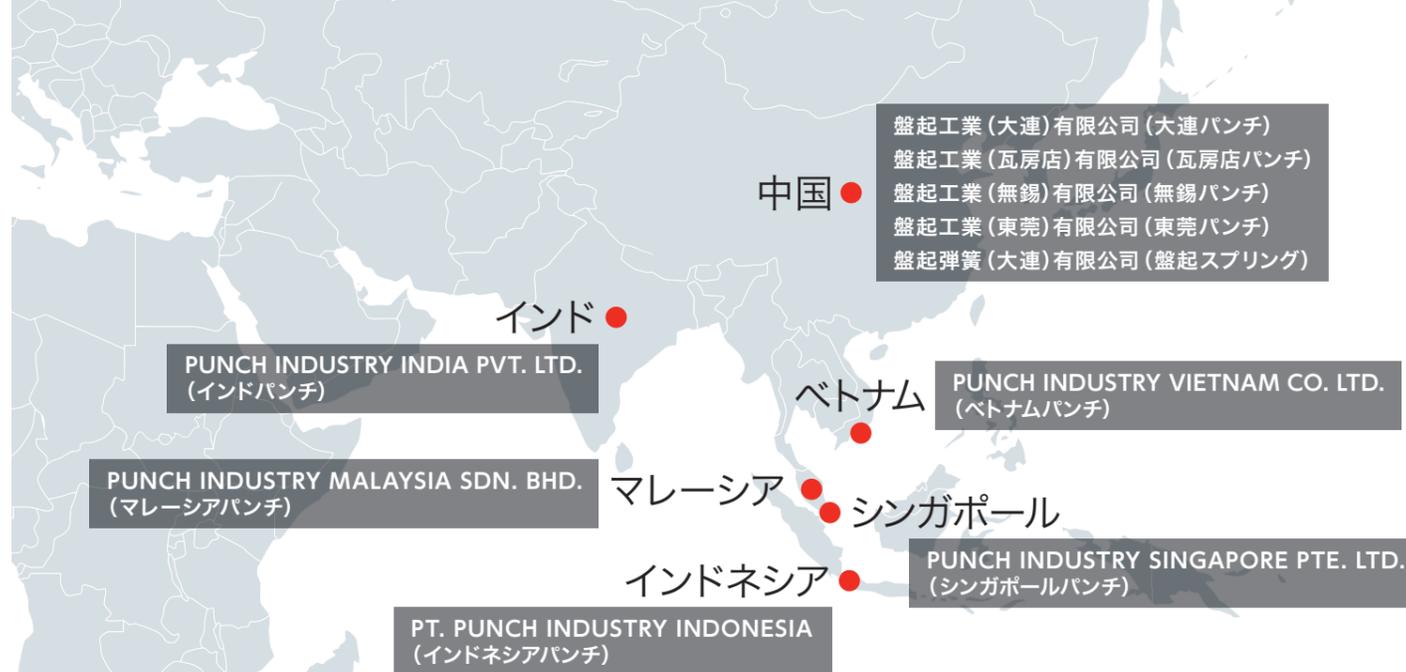
パンチグループは、国内のみならず、海外においてもお客様密着型の受注活動を基本としており、自動車、家電をはじめとする多方面の業界で、グループ合計1万社を超えるお客様に向け、金型用部品を納入しています。充実した生産設備を備えた製造部門とお客様密着型の販売部門が一体となった製販一体型で、多品種にわたる標準製品からお客様仕様の特注品まで供給する、ワールドワイドな製造直販の事業展開が特徴です。

世界の金型市場を見ると、日本、欧州といった成熟国では横ばいまたは緩やかな成長にとどまっていますが、中国・インドをはじめとする新興国では大きく伸長しています。これは、成熟市場から新興国市場へと金型需要がシフトしていることを示しており、パンチグループは、ここでの事業拡大が今後の大きな課題になってくると捉えています。また、成熟国ながらも自動車を中心に需要が伸びてきている北米についても注視しています。こうした課題に対応していくため、現在、進行している中期経営計画では、重点課題の1つ目として「グローバル化」を掲げ、日本・中国事業に加え、東南アジア、インドでの積極展開、欧米への販路拡大に向け、体制の整備を進めています。

これまで実施してきた施策に一定の成果を得られてきたことから、次のフェーズに向け、中期経営計画最終年度のスタート地点となる2015年4月に中長期での経営戦略・事業戦略の構築を目的とした組織改編を行いました。

グローバル事業本部においてマネジメント系を司ってきた事業戦略部と本社のマネジメント部門であった経営企画室を統合して、経営戦略室としたほか、グローバル事業本部内にあったマーケティング部の機能をさらに拡充させるためマーケティング本部を新設し、本格的なグローバルマーケティングを実行していくための体制を強化しています。

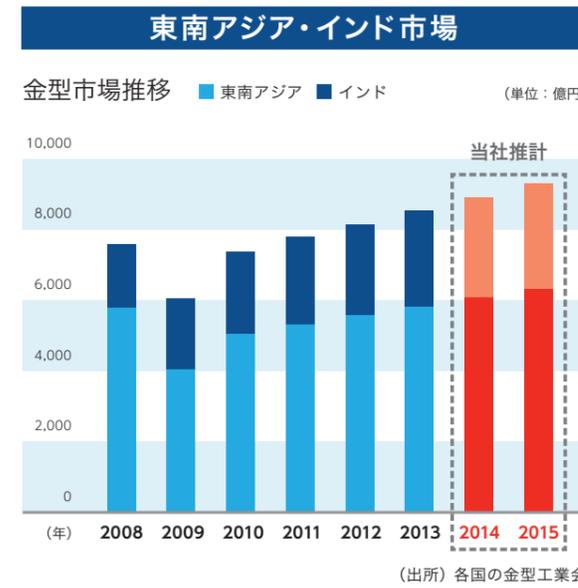
中国、東南アジア、インドにおける各事業については、それぞれ地域ごとにある課題を攻略するための戦略を推し進めるとともに、新設したマーケティング本部を中心に、日本、中国、東南アジアの各拠点を連携させながら、欧州、米州等の地域における事業展開の拡大を目指していきます。



【業界動向】

- 自動車** 2014年の生産台数は2,372万台、2015年には2,538万台となる見込み。
- 電子部品** 2014年に大幅に伸長したスマートフォン市場は、2015年も引き続き拡大する見込み。
- その他** 半導体、家電、精密機器等も堅調。

【課題】
戦略製品や医療関連等の高付加価値製品への取組みと航空宇宙産業等の新分野の開拓。



【業界動向】

- 自動車** 生産台数は、インドネシアやマレーシアでは増加したが、タイが減税措置終了の影響等で減少し、全体では前年割れ。
- 電子部品** 低価格のスマートフォンの需要が旺盛で好調を維持。
- その他** 半導体や家電が堅調に推移。

【課題】
事業拡大と成長市場でのポジションの確立。



China

中国

盤起工業(大連)有限公司 (大連パンチ)

市場環境

2015年3月期の中国事業は、足下で中国の経済成長の先行きを懸念する声が聞かれるものの、2014年の自動車生産台数が23百万台を超えるなど自動車市場が好調を維持したほか、スマートフォン市場が拡大し、電子部品・半導体、家電・精密機器等の幅広い業種で成長を維持しました。こうした動向は今後も続くと思われ、金型市場も引き続き成長していくであろうと考えています。

安定成長とは言いながらも、巨大市場の「成長」であることから、当社としては、ポジティブに捉えています。

取組み

現在、中国事業では、中国内に6つの生産拠点と32カ所に販売拠点を展開し、約8,000社のお客様と取引をしています。当社が1990年に中国・大連に進出して以来、2015年で25年を迎えますが、日本で培った技術を武器に中国で積極的な事業展開を図るとともに、日本人責任者の指揮の下、中国人スタッフを中心としたマネジメント体制を基本として安定的な事業運営を進め、目まぐるしく変化する社会環境に対応しながら成長を遂げてきました。

今後は、中国を拠点とする中国グループ各社による強固な事業基盤をベースに、食品・飲料関連や医療関連、また戦略製品と位置づけている高付加価値製品群の拡販にさらに注力するほか、市場規模が拡大していくことが見込まれる航空宇宙産業等の新分野への積極的な参入も視野に入れています。

参入に向け、従来の品質マネジメントシステムであるISO9001に航空宇宙産業向け特有の要求事項が追加された世界標準の品質マネジメントシステム、AS9100を取得しました。これがすぐに明日の受注につながるものではありませんが、時間をかけてでもしっかりと取り組んでいきます。

さらに、2013年1月に設置した重慶工場をはじめ、2桁成長の続く中国内陸部を攻略することで事業拡大を目指すとともに、高付加価値製品群の拡販などを進め、中国事業のさらなる収益体質の改善を目指していきます。



Focus on the Punch Family

当社は、1990年10月に設立されました。今年は、設立25年目の節目の年にあたります。

今年は、次の四半世紀に向けてさらなる「高収益事業への転換」という言葉を会社方針に掲げております。企業としては、何事にも「挑戦し」、継続的に「成長し続ける」ことを従業員一丸となり目指しております。具体的には、食品・飲料関連や医療関連、また戦略製品と位置づけている高付加価値製品群のさらなる拡販、金型市場以外や、航空宇宙産業など新たな分野への積極参入などを試みて挑戦し続けていきます。

そのためにもパンチグループの強みである製販一体企業の原点に立ち戻り、中国内6工場、32営業所が一致団結

し(マーケティングと製造の再一体化)、次の四半世紀に向けて新たなステージへ踏み出そうとしております。

成長へのポイントとしては、以前からパンチグループが堅持してきた「高品質」へのこだわりに加え、お客様の真のパートナーとして常にお客様の問題を解決し、より良いサービスを提供するとともに、お客様、地域社会、株主様、従業員が共生し、共に発展することを願い、企業としても成長し続けることを目指してまいります。

設立25周年を迎え、新たなステージに踏み出す盤起工業(大連)有限公司のこれからにご期待いただけたらと存じます。

(*) 中国グループ各社とは、盤起工業(大連)有限公司、盤起工業(瓦房店)有限公司、盤起工業(無錫)有限公司、盤起工業(東莞)有限公司、盤起彈簧(大連)有限公司の5社

執行役員 中国グループ各社(*) 董事長
兼 盤起工業(大連)有限公司 總經理
高梨 晃



Southeast Asia 東南アジア

PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD. (マレーシアパンチ)



市場環境

新興国の景気動向は、各国によってバラつきが見られるものの、引き続き、高い経済成長と消費市場の拡大が期待されます。2014年の東南アジアにおける金型市場は、インドネシア、ベトナム、マレーシア、フィリピンなどが牽引し、全体で約5%の成長を維持したものと見ています。全体で9,000億円程度の市場規模ですが、大きな成長のポテンシャルを有しており、有望な市場であることに変わりないと考えています。

取組み

現在、東南アジア地域では、2013年にグループ会社化したマレーシアパンチ及び同社の販売子会社3社を拠点として、超硬金型部品を中心に事業展開しています。国によってさまざまな産業集積が形成されているこの地域で、今後、さらなる成長を遂げていくには、各国のニーズを的確に捉え、東南アジアにおけるポジションを確立することが課題であると認識しています。

ベトナムについては、ホットエリアと認識し、2014年4月に新設したハノイ営業所での拡販活動をさらに強化していきます。インドネシアでは、引き続き自動車向け事業を軸に据えるとともに、合併会社のシナジー効果も追求します。また、シンガポールについては、欧米系会社のアジア地域本社が多いことや、世界各国から多種多様な業界の人々が集まってくることもあり、パンチグループでは、ものづくりに関する情報集積基地的な存在であると捉えて重要視しています。

また、製販一体、製造直販のビジネスモデル構築と、40年間培ってきたものづくりのDNAを、東南アジアグループ全従業員一人ひとりにさらに浸透させ、共有できるよう、クロスボーダーでの連携に取組み、国境を越えた展開で販売体制を強化することで、東南アジアでの事業拡大を図っていきます。



Focus on the Punch Family

マレーシアパンチは日本、中国に続く生産拠点としての役割と東南アジアにおける販売という役割を担っています。生産拠点としては超硬金型部品のグローバルNo.1であり続けることを目指し、品質の向上に努めています。超硬金型部品は東南アジアのみならず日本、欧州、米州等、広く販売しており、今後さらに販売地域を拡大していきます。製品ラインナップについても拡充する考えです。また東南アジアの販売という役割においてはマレーシアパンチ傘下の販売会社、代理店を通してマレーシアパンチの生産品だけでなくパンチグループ全体の製品を販売していきます。品質管理を徹底し、より安く、より早く製品をお届けし、お客様の信頼を得ながら発展していきたいと考えています。

マレーシアパンチ 代表取締役社長
小林 将浩



市場環境

インドは、モディ政権により外資製造業を積極的に誘致するための新政策「Make in India (インドでものづくり)」の下、成長率が7%超と回復基調にあると考えています。今後も政府のこの路線が踏襲されることにより、経済成長が加速し、金型市場の集積も徐々に進むと見込んでいます。

取組み

2015年で設立5周年を迎えるインドパンチでは、自動車関連部品を中心にチェンナイを拠点として日本、中国からの輸入販売を展開し、この事業基盤が確立されてきています。

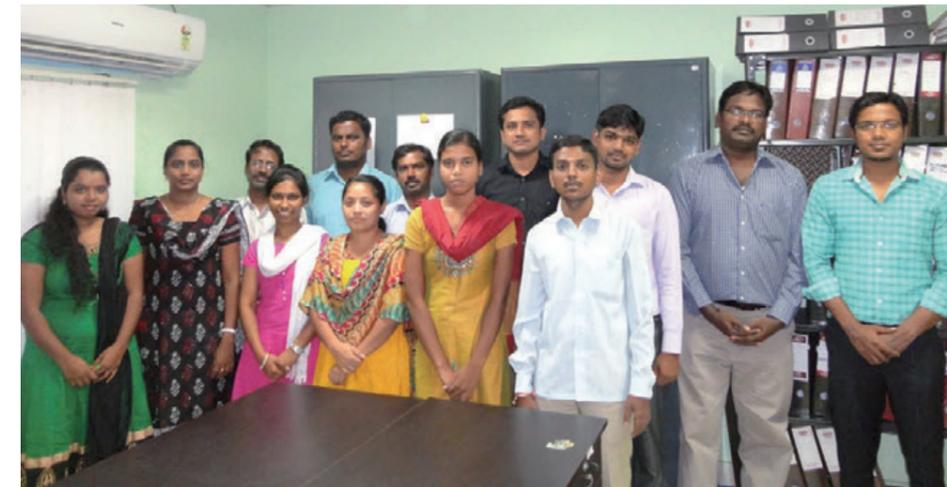
今後は、北部を含め、活動エリアの拡大、さらなる深耕に加え、マーケティング本部からの支援の強化等、インド市場の持つ将来的な成長可能性をしっかりと捉えながら、自動車だけでなく、経済成長に合わせた事業領域の拡大にじっくりと取り組んでいきます。



India

インド

PUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD. (インドパンチ)



Focus on the Punch Family

12億の人口、そして日本の9倍の国土を有する広大なインド市場を攻略するにあたり、経営資源の集中と選択を常に念頭に置いて事業を展開してまいりました。同ポリシーにより、まずはインド製造業において最も成長が著しい自動車市場に特化し、自動車関連のお客様に密着した営業活動を展開、同時にパンチグループの調達網を最大限に

活用し、グローバル最適調達を実施いたしました。より良い製品を低価格、短納期でお届けできる体制を構築し、現在は200社以上のお客様とお取引させていただいております。今後は主軸である自動車市場向け製品の拡充と並行し、第二販売軸として電子部品や家電関連市場等、新規市場の開拓に取り組んでまいります。

インドパンチ 代表取締役社長
中野 健



パンチグループのCSR

パンチグループは、世界のものづくりを支える企業であり続けるためにCSR経営を実行しています。



地域社会 いわて国体・大会に関連した活動

当社は、「2016希望郷いわて国体・希望郷いわて大会」にオフィシャルサポーターとして協賛し、国内2工場がある岩手県で行われる国体・大会を応援していきます。

2016 希望郷 いわて大会 2016 希望郷 いわて国体
広げよう 感動。伝えよう 感謝。



パンチ工業は、希望郷いわて国体・希望郷いわて大会を応援しています。

「チャレンジデー2015」に参加



2015年5月、北上地区では、「2016希望郷いわて国体」(以下、いわて国体)500日前イベントとして、「チャレンジデー2015」に参加しました。「チャレンジデー」は、毎年5月の最終水曜日に世界中で実施されている住民参加型のイベントで、人口がほぼ同じ自治体同士が、午前0時から午後9時までの間に15分以上継続して何らかの運動をした住民の参加率を競い合います。対戦相手に敗れた場合は、相手自治体の旗を庁舎のメインポールに翌日から1週間掲揚するという、ユニークなルールが特徴です。北上市は、沖縄県石垣市と対戦しました。

今回は、一斉清掃の時間を運動にあてました。いわて国体公式マスコット「そぼっち」とPRキャラバン隊と一緒に踊る『わんこダンス』、ゴミ拾いウォーク、フットサル、卓球、バドミントンの5種目いずれかに北上地区全従業員の80%

(休み・夜勤等を含む)、合計311名が参加しての大イベントとなりました。

対戦結果は34.3%対47.5%と惜敗してしまいましたが、2016年のいわて国体の年に向けて、楽しみが1つ増えました。

いわて国体・大会の北上市運営ボランティアに登録

当社の北上工場は、2015年6月、いわて国体・大会の運営を支える地元ボランティア「北上サポーターズ」に登録しました。同ボランティアには一般から五十数人の協力者が登録されていますが、法人として協力を申し出たのは、当社を含む3社が初めてです。北上市実行委員会は、北上サポーターズの募集目標を、ソフトテニス・バドミントンのリハーサル大会に各100人、総合開会式・閉会式に1,800人、北上市での開催競技に1,000人と設定しています。当社は、登録証交付式で及川義明副市長よりいただいた「担当以外のあらゆる面でも大会を理解して協力をいただきたい。一般へのボランティア参加の呼び掛けも進めてほしい」との言葉をしっかりと受け止め、いわて国体・大会を盛り上げるために貢献していきます。



北上サポーターズ登録証交付式

北上市より感謝状を授与

当社の北上工場は、2015年2月、北上市及び北上市協働推進市民会議より感謝状をいただきました。これは、北上工場による「いわて北上マラソン」や「きたかみ夏油高原ヒルクライム」などのイベント支援や地域の清掃活動などを高く評価していただいたものです。また、北上市の広報誌において、北上工場の地域貢献活動が紹介されました。今後も、継続して活動を行い、地域社会づくりに貢献していきます。



地域社会 地元の生徒・学生に進路を考える機会を提供

当社では、地域を学ぶとともに「知る」を通して自身の進路を考えてもらう機会を地元の生徒や学生に提供したいとの思いから、職場見学会とインターンシップの受け入れを実施しています。宮古工場では2014年に、職場見学会を7月に1回、10月に2回開催し、それぞれ津軽石中学校から20名、宮古工業高校から32名、宮古短期大学から17名が参加しました。インターンシップは同年6月に宮古高等技術専門学校から3名、7月に宮古北高校から2名、10月に宮古工業高校から3名を受け入れました。参加者には発送、ピッキング作業等を体験してもらいました。2015年には、新たな試みとしてシステム部門での

インターンシップの受け入れを予定しています。また、障がい者雇用に向けた取組みも、さらに積極的に行っていく予定です。



地域社会 高校への講師派遣

当社では、従業員を地元の高校へ講師として派遣し、資格試験取得のための実技訓練を行ったり、生徒たちの職業観を育成するための講座を開くなどの取組みを行っています。2014年6月

と7月には、久慈工業高校にて、技能検定の選択作業のうちの一科目である機械系保全作業について指導しました。また、同年6月には、宮古工業高校に職業観育成講師を派遣しました。

地球環境 パンチ工業の「環境にやさしい商品」

当社は、金型用部品業界で他社に先駆けて「環境にやさしい商品」とは何かを徹底的に考え、厳しく追求しています。私たちが最も重視するのは、環境化学物質の削減です。RoHS指令を上回る当社独自の基準に基づいて環境負荷の少ない「環境にやさしい商品」を製造しお届けしています。

また、包装材にも環境対応品を採用し、商品カタログにおいても、再生紙の使用、大豆インキを使用するなど、さまざまな面で環境保全に配慮しています。

【環境にやさしい】マークについて

当社独自の環境基準を満たした商品であることをお客様へお伝えるために、「環境にやさしい」マークを設定し、商品カタログなどに表示しています。



■RoHSとは
Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment でEU(欧州連合)において、2006年7月より施行された電気・電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限に関する指令です。これにより欧州市場で販売される製品には次の6物質が使用できなくなりました。
カドミウム/六価クロム/鉛/水銀/PBB/PBDE

パンチグループのCSR

地球環境 植樹活動

「世界のパンチ」を目指すパンチグループにとって、日本国内はもとより、海外においても企業としての使命を積極的に果たしていきたいと考え、さまざまなCSR活動に取り組んでいます。

中国グループにおいては、地域に根ざした貢献活動を幅広く展開しています。毎年春頃になると、大連市林業局主催の植樹活動に従業員やその家族の方々が一緒に参加しています。



株主・投資家の皆様 IR活動

アナリスト・機関投資家様向け決算説明会を開催

アナリストや機関投資家の皆様に対し、年2回の決算説明会や個別ミーティングを実施しています。

個人投資家様向け説明会、IRイベントに出展

より多くの個人投資家の皆様当社を知っていただくため、各種IRイベントに積極的に参加しています。2014年度は、個人投資家様向け会社説明会を東京、大阪、名古屋、札幌にて開催し、多くの方にご参加いただきました。

また、東京ビッグサイトで開催された「日経IRフェア」に出展しました。特設会場で社長による会社説明会を実施したほか、ブースにて当社の事業内容をご理解いただくための展示や10分程度のミニ会社説明会を行い、2日間を通して多くの方にお越しいただきました。

WebサイトやIRツールでの情報発信

より「見やすく」「探しやすく」「わかりやすく」をコンセプトとして、2015年に当社Webサイトのデザイン及び構成を一新しました。Webサイトには、当社のことをよりご理解いただけるよう、事業内容のご紹介や決算説明会資料、財務データなど各種資料を掲載し、迅速かつ公平な情報開示に努めています。今後も、さらなる内容の充実に取り組んでいきます。

また、当社はIRメールマガジンの配信も行っており、登録していただいた方に決算情報やプレスリリース、IR関連情報などをメールでお届けしています。



個人投資家様向け説明会



日経IRフェア2014



取引先の皆様 品質向上の取組み

「パンチ工業株式会社は、上場企業としての責任を果たすためにお客様重視を第一に掲げ、お客様にご安心いただける高品質な製品とサービスを提供するとともに、自らは人材育成・技術革新・新商品開発に努め、お客様の満足と信頼がより向上する品質保証を推進します。」を品質基本理念として掲げ、PQMS(Punch Quality Management Systems)と呼ばれる独自の品質マネジメントシステムに基づいた品質保証体制の検証と有効性の評価を行い、高品質な製品とサービスの提供に努めています。

NPE2015への出展

盤起工業(大連)有限公司は2015年3月に、米国・フロリダ州のオーランドで開催された世界最大級のプラスチック見本市「NPE2015(THE INTERNATIONAL PLASTICS SHOWCASE)」に出展しました。パンチグループにとって初めての、米国での出展でした。ブースにはプラスチック金型用標準製品から特注品まで幅広い製品を展示し、パンチグループの対応力やサービスをアピールしました。北米、中南米、南米等からプラスチック成型機メーカーや金型メーカー関連の方々等、多くの方がご来場くださり、パンチグループにご興味を持っていただける絶好の機会となりました。



従業員 社内報「Punch+」の発行

当社は、経営方針の伝達、情報の共有及び社内コミュニケーションの活性化を目的として、社内報「Punch+」を定期的に行っています。取り扱う内容は、経営方針、決算概要、グループ企業を含む従業員の紹介等さまざまです。グローバルに事業展開しているパンチグループらしく、日本語版だけではなく、英語版、中国語版も発行しています。今後も、内容のさらなる充実を図っていきます。



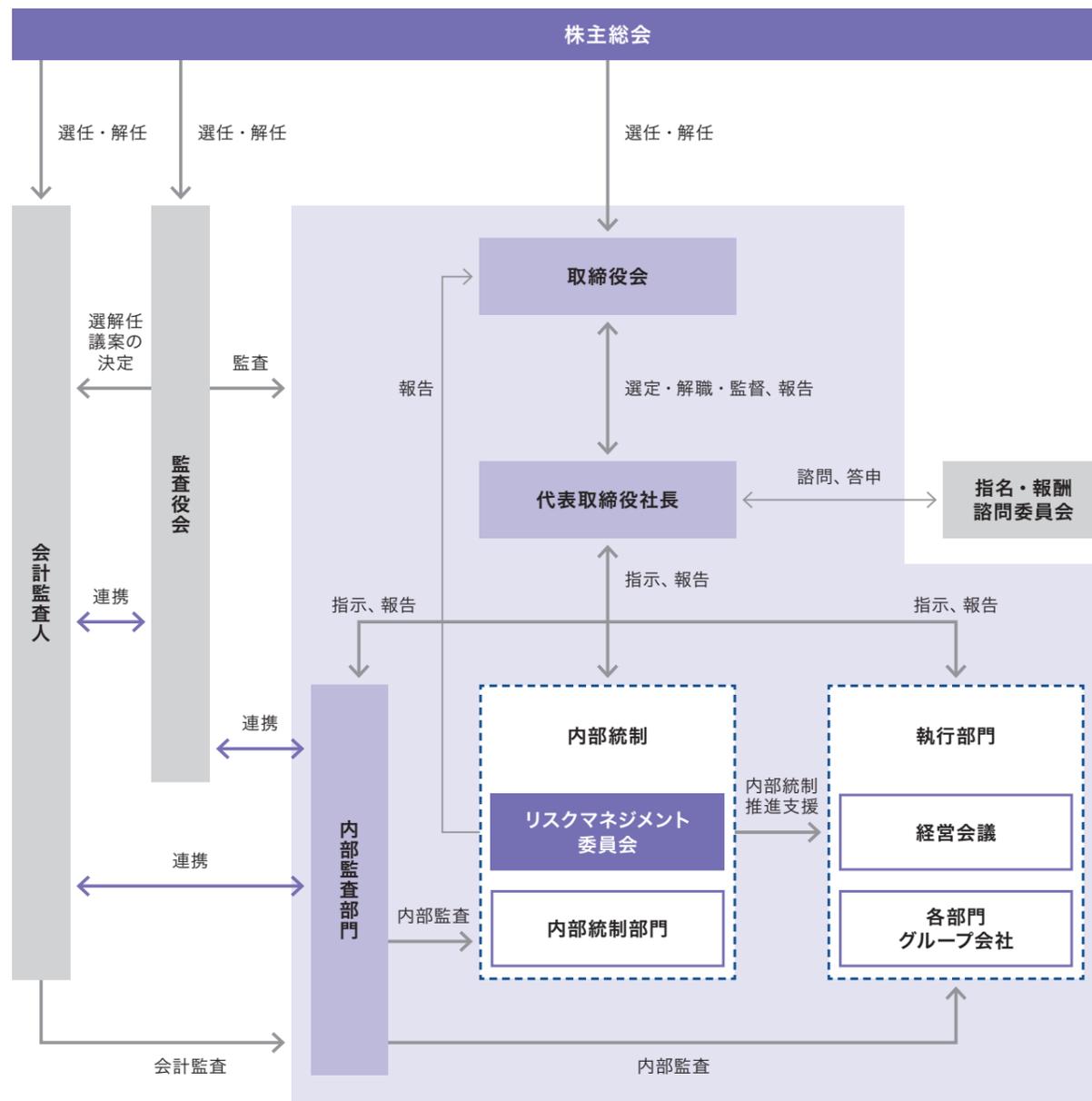
コーポレート・ガバナンス

社会に愛される企業であり続けるために、パンチグループは、コーポレート・ガバナンスの強化とコンプライアンスの徹底により経営の透明性と健全性をさらに向上させるよう努めています。

■ 基本方針

当社グループは、グローバルに事業を行う企業体として、法令を遵守し誠実に社会的責任を果たすこと、ならびに、経営の健全性及び透明性を高めることが、株主や顧客をはじめとするステークホルダーにとっての利益を守り、企業価値の持続

的な向上を図るための基礎であり、当社グループ共通の経営上の最も重要な責務であるとの認識に立ち、コーポレート・ガバナンスの強化に努めています。



1. 取締役会・役員体制

当社の取締役会は、取締役4名(うち社外取締役1名)で構成され、当社の業務執行を決定し、取締役の職務の執行を監督する権限を有しています。また、業務執行は、執行役員を選任し権限委譲した組織運営を行い、取締役の「経営監視機能」と執行役員の「業務執行機能」において、責任と権限を明確化した体制を作り、意思決定のスピード化を推進しています。

2. 監査役会・監査役

監査役会は、監査役4名(うち社外監査役2名)で構成され、ガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、取締役の職務の執行を含む日常的活動の監査を行っています。社外監査役は、弁護士の資格を有しており、コンプライアンスの観点より経営監視を実施しています。

監査役は、株主総会や取締役会への出席や、取締役・執行役員・従業員・会計監査人からの報告收受など法律上の権利行使のほか、常勤監査役は、重要な会議等への出席や各支店・工場への往査など実効性のあるモニタリングに取り組んでいます。

3. 経営会議

経営会議は、業務執行取締役、執行役員、本部長及び経営戦略室長で構成しており、取締役会の附議事項以外の経営における重要課題についての審議・決議を行っています。

4. リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会は、取締役、執行役員、本部長、経営戦略室長、内部統制室長、総務部長及びグループ会社代表で構成しており、リスク管理体制及び法令遵守体制における整備・維持・向上と社員教育・研修を実施しています。

5. 役員報酬の決定方法等

取締役及び監査役の報酬の決定については、株主総会で総枠の決議を得ています。取締役個別の報酬額については、任意の指名・報酬諮問委員会にて、その妥当性について検討したうえで、取締役会で決定、また監査役個別の報酬については監査役会で決定しています。

コンプライアンス

当社グループでは、企業価値向上のためにはコンプライアンスの徹底が必要不可欠であると認識しており、パンチ工業株式会社企業倫理規範を制定し、これに従い全役職員が法令などを遵守した行動、高い倫理観をもった行動をとることを周知徹底しています。

また、リスク管理に関する社内規程及びリスク管理体制を整備し、経営に影響を及ぼす恐れのある経営リスク・事業リスクを総合的に認識し、評価する体制を整備しています。

当社グループ全体のコンプライアンスの徹底を図る体制ならびに経営に影響を及ぼすリスクを認識し評価する体制として、代表取締役社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を設置し、コンプライアンスに係る継続的な社員教育・研修の実施による周知徹底を行い、また「リスク管理規程」を制定し、経営に影響を及ぼす不測の事態が発生した場合に対応できる体制をとっています。

パンチ工業は公開会社となって2年半の発展途上にある監査役会設置会社ですが、執行役員制度の充実等による経営監督と業務執行の分離の強化に努め、また、任意機関として指名・報酬諮問委員会を設置し取締役候補者選考・取締役報酬決定の各プロセスの透明性・公正性確保に努める等、実効的なコーポレート・ガバナンス態勢の向上・強化に自律的に努めていると認識しております。

経営陣が強いリーダーシップを発揮し、コーポレート・ガバナンスの強化、良好なインターナルコントロールシステムの整備・運用、適切なリスクマネジメント態勢の構築等に取り組む、「世界のパンチ」を目指して果敢にリスクを取ってリターンを上げる積極経営「攻めのガバナンス」を行うに際して、私も積極的に提言・提案・助言をしてまいりたいと存じます。

コーポレート・ガバナンス態勢に絶対的なものではなく、ベストプラクティスからミニмумスタンダードの間にて、パンチ工業の状況に応じてPDCAプロセスを適切に回転させることを通じて態勢を日々改善していければよいと考えております。私は、現在、パンチ工業における唯一人の独立社外取締役ですが、取締役会構成メンバーのダイバーシティー等に最大限に配慮し、少なくとももう1名の独立社外取締役候補者を可及的速やかに人選することが当社の経営課題の一つであると思われまます。

また、コーポレート・ガバナンスはインターナルコントロール、リスクマネジメントとともに三位一体となって企業経営を支える極めて重要なツールであると考えており、取締役会等にて発言する際には、これら3点を常に念頭

社外取締役のメッセージ

社外取締役 横山 茂



に置き、提言・提案・助言・意見・所感を述べ、良き質問を行うよう心掛けており、パンチグループの役職員との間に「緊張感ある信頼関係」を構築してまいりたいと存じます。

企業価値は企業倫理・企業文化等多様なもので構成されていると考えますが、金融業界に長く身を置いてきた者といしましては企業価値の経済的あるいは貨幣的側面により強い興味を持っており、経営陣が投資家の期待収益率・資本コスト・ROE等の資本生産性を常に意識したうえで、資本政策・財務戦略・投資戦略等を強力に推し進めているか、しっかりとモニタリングしてまいりたいとも存じます。

当然のことながら常勤監査役・社外監査役等の非業務執行役員とも連携を強め、企業不祥事の未然防止等の「守りのガバナンス」にも努めます。

パンチ工業が公開会社としての品格を維持し、変化の激しい経営環境に柔軟に対処することによって、健全で持続的な成長を成し遂げ、中長期的な企業価値の向上に努め、社員の努力及び株主様をはじめとしたステークホルダーの皆様のご支援に応えるべく、今後とも微力ながら日々努力してまいります。



武田 雅亮
代表取締役社長



真田 保弘
取締役



村田 隆夫
取締役



横山 茂
取締役(社外)



木對 紀夫
常勤監査役



杉田 進
常勤監査役



安藤 良一
監査役(社外)



松江 頼篤
監査役(社外)

執行役員

夏坂 和弘 久米 信 高梨 晃 藤澤 宏 森久保 博久

商号 パンチ工業株式会社

創業 1975年(昭和50年)

資本金 28億9,773万円

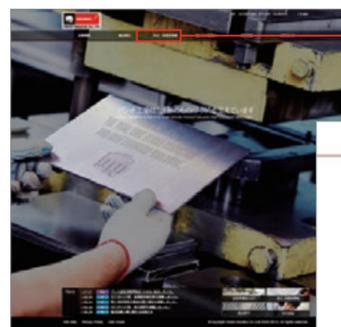
従業員数 連結 3,833名

本社所在地 東京都港区港南二丁目12番23号 明産高浜ビル8F
TEL:03-3474-8007(代表)

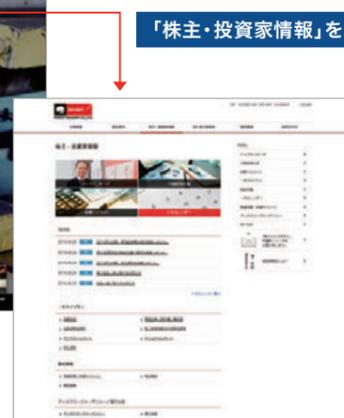
事業内容 金型用部品の製造・販売

取引銀行 三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行、三井住友銀行、
三井住友信託銀行、りそな銀行

Webサイトのご紹介



トップページ



株主・投資家情報ページ

パンチ工業株式会社のWebサイトでは、
会社情報、事業紹介、IR情報をはじめ、
さまざまな情報を掲載しております。

<http://www.punch.co.jp/>

IRメールマガジンのご案内



当社では、決算情報やプレスリリース、IR関連情報などをメールでお届けしています。

QRコードもしくはURLよりご登録ください。

<https://fofa.jp/punch/a.p/102/>

■ 当社

パンチ工業株式会社

東京都港区港南二丁目12番23号 明産高浜ビル8F TEL:03-3474-8007

北上工場

岩手県北上市村崎野21-26-17 TEL:0197-68-3087

宮古工場

岩手県宮古市松山第1地割29-1 TEL:0193-62-8007

兵庫工場

兵庫県加西市常吉町字東畑922番地202 TEL:0790-47-8077

■ グループ会社

株式会社ピンテック

山形県山形市蔵王松ヶ丘2-2-26
TEL:023-688-1770

盤起工業(大連)有限公司

遼寧省大連経済技術開発区錦州街5号
TEL:+86-411-8761-3087

盤起工業(瓦房店)有限公司

遼寧省大連瓦房店市北共済街153号
TEL:+86-411-8550-8785

盤起工業(無錫)有限公司

江蘇省無錫市錫山経済開発区春暉西路11号
TEL:+86-510-8826-6287

盤起工業(東莞)有限公司

広東省東莞市長安鎮涌頭村永基路5号
TEL:+86-769-8507-0387

盤起弾簧(大連)有限公司

遼寧省大連経済技術開発区興城路3号

PUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD.

No:97/A-1, SIDCO Nagar,
4th Street Villivakkam Chennai 600049 India
TEL:+91-44-42699644

PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD.

Nagasari Industrial Park No.3061
Jalan Nagasari1 Prai Industry Zone
Prai Penang 13600 Malaysia
TEL:+60-4-3984826

PUNCH INDUSTRY SINGAPORE PTE. LTD.

33 Ubi Avenue3 #06-10
Vertex Lobby B 408868 Singapore
TEL:+65-6533-4151

PUNCH INDUSTRY VIETNAM CO. LTD.

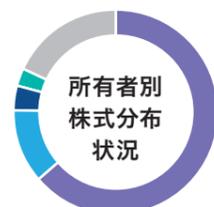
8th Floor. PTS Office Building 118
Huynh Tan Phat Street., Tan Thuan Tay ward,
District7 HCMC Vietnam
TEL:+84-8-38720087

PT. PUNCH INDUSTRY INDONESIA

Komplek Griya Inti Sentosa Jl.
Griya Agung No.3,
Sunter Agung Jakarta 14350 Indonesia
TEL:+62-21-641-0730

■株式の状況

発行可能株式総数	40,000,000株 (2015年6月24日現在)
発行済株式の総数	11,061,200株
株主数	5,211名
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
証券コード	6165
売買単位株式数	100株
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社
会計監査人	あらた監査法人 (2015年6月24日現在) ※2015年7月1日にPwCあらた監査法人に法人名変更



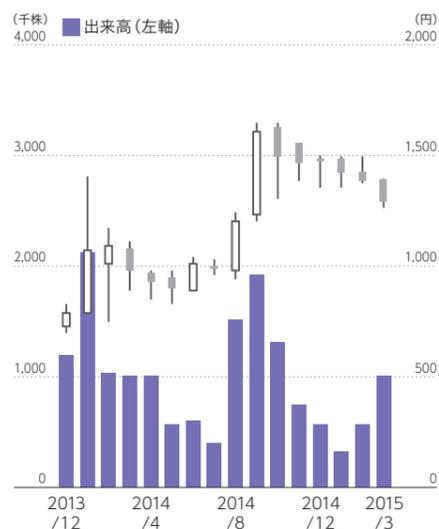
個人・その他	7,047,478株	63.71%
その他国内法人	1,279,700株	11.57%
外国法人等	458,000株	4.14%
金融商品取引業者	298,022株	2.70%
金融機関	1,978,000株	17.88%

■大株主 (上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
エム・ティ興産株式会社	1,090,000	9.85
森久保 有司	822,000	7.43
森久保 哲司	650,000	5.87
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	644,500	5.82
パンチ工業従業員持株会	580,800	5.25
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	448,900	4.05
野村信託銀行株式会社(投信口)	250,400	2.26
BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES LUXEMBOURG / JASDEC / FIM / LUXEMBOURG FUNDS	246,000	2.22
神庭 道子	243,000	2.19
杉本 健二	129,000	1.16

※持株比率は、小数点第2位未満を切り捨てて表示しています。

■株価・出来高推移



■お問い合わせ

パンチ工業株式会社 総務部コーポレート課

〒108-0075 東京都港区港南二丁目12番23号 明産高浜ビル8F

TEL: 03-5460-8237 FAX: 03-3471-8100 E-mail: info-corp@punch.co.jp

見通しに関する注意事項

このアナニュアルレポートに記載されている当社の計画、戦略、見通し及びその他の歴史的事実でないものは、将来に関する見通しであり、これらは、現在入手可能な期待、見積り、予想に基づいています。これらの期待、見積り、予想は、経済情勢の変化、為替レートの変動、競争環境の変化、係争中及び将来の訴訟の結果、資金調達の継続的な有用性等多くの潜在的リスク、不確実な要素、仮定の影響を受けますので、実際の業績は見通しから大きく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述に全面的に依拠することは差し控えるようお願いいたします。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。